

**LAPORAN PELAKSANAAN
KULIAH KERJA MEDIA (KKM) 2008**

**PERAN DIVISI LAYOUT
DALAM PENERBITAN HARIAN UMUM SOLOPOS
DI PT. AKSARA SOLOPOS**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat guna memperoleh
Gelara Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

	Oleh:
Nama	: ANDHI ALMAUDUDI
NIM	: D 1305008

**JURUSAN PERIKLANAN
PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2008**

HALAMAN
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan Kuliah Kerja Media 2008, yang berjudul :

PERAN DIVISI LAYOUT
DALAM PENERBITAN HARIAN UMUM SOLOPOS
DI PT. AKSARA SOLOPOS

Karya :

Nama	: Andhi Almaududi
NIM	: D 1305008
Konsentrasi	: Periklanan

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan panitia Penguji Tugas Akhir
Program D 3 Komunikasi Terapan
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Surakarta,.....

Mengetahui :
Dosen Pembimbing

Drs. Alex Ibnu Muridjal M.Si
NIP. 131 283 610

**HALAMAN
PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diuji dan disahkan oleh panitia penguji Tugas Akhir
Program D3 Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Hari : Kamis
Tanggal : 10 Juli 2008
Panitia Ujian Tugas Akhir :

Drs. Alex Ibnu Muridjal M.Si
(NIP. 131 283 610)

Drs. Haryanto M. Lib
(NIP. 131 570 292)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Drs. H. Supriyadi, SN, SU
(NIP. 130 936 616)

MOTTO

- Berikhtiyar dan senantiasa berdoa adalah kunci mengarungi hidup di dunia.
- Menjadi orang penting itu baik, tetapi lebih penting menjadikan diri kita orang baik.
- YOU'LL NEVER WALK ALONE, LIVERPOOL FC.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku, yang selama ini telah membesarkanku dan senantiasa membimbingku untuk menjadi manusia yang berguna.
2. Keluarga besar, yang telah memberi memotivasi agar kelak menjadi orang dan bisa membahagiakan orang tua.
3. Semua temen-teman D3 Periklanan (B) + teman-teman semua + liverpudlian “ life for friendship “ Tetaplah tersenyum pada dunia.
4. Keluarga besar *GOEDANG KARYA* beserta Team.
5. Semua yang telah ikut serta terlibat dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, dan inayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada :

- Drs. H. Supriyadi, SN, SU_selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Drs. A. Eko Setyanto, M.Si selaku Kepala Jurusan D-3 Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Drs. Alex Ibnu Muridjal M.Si, selaku Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
- Drs. Haryanto M. Lib, selaku Penguji Tugas Akhir.
- Prof Dr H Sukamdani S Gitosardjono, selaku pimpinan PT. Aksara Solopos.
- Bapak Danie H Soe'oed, Mas Fajar, Mas Alie dan segenap karyawan PT. Aksara Solopos.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang membangun dari pembaca penulis sangat harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga penyusunan laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis,

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Layout	6
B. Mekanisme Layout	10
C. Media Cetak	15
D. Kekuatan dan Kelemahan Surat Kabar	17
BAB III. SOLOPOS DALAM LINTAS SEJARAH	
A. Sejarah Singkat	19
B. Visi dan Misi Perusahaan	21
C. Profil Perusahaan	22
D. Proses Produksi	29
E. Komposisi Berita	30
BAB IV. PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA (KKM)	
A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan KKM.....	39
B. Tahap Kerja dan Aktifitas KKM	39
C. Hasil Selama KKM	42
D. Faktor Pendukung KKM.....	43
E. Faktor Penghambat KKM	43
F. Kendala dan Cara Mengatasi KKM	44

BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	45
B. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinamika kehidupan era globalisasi dengan perkembangan teknologinya semakin menuntut manusia untuk selalu berusaha dalam pengembangan diri. Hal ini akan membawa konsekuensi pada manusia untuk meningkatkan kualitas, terutama bagi mahasiswa yang berbekal pendidikan formal agar mampu mengaplikasikan ilmunya. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang, kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) dibidang industri komunikasi semakin banyak. Era globalisasi yang menjadikan informasi sebagai elemen penting untuk memacu manusia agar dapat memproduksi, mengolah, mendistribusikan beragam informasi kepada masyarakat.

Fenomena inilah yang menjadikan institusi pendidikan untuk mampu mencetak pekerja komunikasi yang berkualitas menjadi vital. Program D III Komunikasi Terapan FISIP UNS merupakan salah satu institusi akademis yang turut serta mempersiapkan pekerja komunikasi, khususnya dalam bidang periklanan, penyiaran, dan public relations.

Untuk mempresentasikan ilmu yang sudah diberikan kepada mahasiswa dan untuk melengkapi kurikulum, maka program D III berinisiatif untuk melaksanakan studi komunikasi dengan metode praktek yang direalisasikan dalam bentuk Kuliah Kerja Media (KKM). Sehingga setelah

lulus nantinya para mahasiswa tidak canggung menghadapi dunia kerja dan pada akhirnya para mahasiswa tersebut menjadi tenaga ahli yang siap menghadapi persaingan dalam profesi sebagai tenaga ahli bidang komunikasi.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dari komunikasi. Tak dapat dibayangkan jika manusia hidup tanpa berkomunikasi dengan orang lain di sekitarnya. Komunikasi berperan penting dalam kehidupan sosial, budaya, pendidikan, ekonomi maupun politik.

Pada hakikatnya proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Agar komunikasi dapat berjalan sesuai dengan harapan, serta dapat diterima, dan dimengerti, mereka memerlukan sebuah media untuk menyampaikan pesan sesuai dengan yang diharapkan. Media yang digunakan dalam berkomunikasi sangat beragam tergantung pada jenis dan tujuan dari komunikator.

Sejalan dengan berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaannya, media untuk berkomunikasi pun mengalami kemajuan pula. Pentingnya peranan media dalam proses komunikasi disebabkan karena efisiensi media dalam menjangkau komunikan. Dikatakan efisien karena hanya dengan menyiarkan/menerbitkan sebuah pesan satu kali saja sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak.

Salah satu dari sekian banyak jenis media tersebut adalah surat kabar. Surat kabar atau yang lebih dikenal dengan sebutan Koran adalah salah satu jenis media cetak yang berupa lembaran berisi berita-berita, karangan-karangan, dan iklan. Diterbitkan secara berkala, bisa harian, mingguan,

bulanan, dan diedarkan secara umum. Oleh karena surat kabar hadir secara rutin kepada khalayak, salah satu masalah yang dapat muncul adalah kebosanan dari pembacanya. Hal tersebut sebenarnya sangat wajar, tetapi bila masalah tersebut terjadi hingga berlarut-larut maka kemungkinan yang bakal terjadi adalah pembaca enggan lagi menyentuh apalagi membaca dan berlangganan surat kabar.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat perubahan desain perwajahan atau Layout. Akan tetapi isi maupun berita yang disajikan dalam surat kabar juga ikut andil dalam menentukan image dari surat kabar tersebut, jika kedua komponen tersebut dipadukan maka bukan tidak mungkin surat kabar tersebut mempunyai citra tersendiri di mata pembaca pada khususnya dan khalayak pada umumnya. Sehingga kehadiran surat kabar tersebut akan selalu dinanti bagi pembaca.

Harian umum *SOLOPOS*, sebagai salah satu media massa cetak lokal yang terbit di daerah Solo, beredar di wilayah Surakarta dan eks Karesidenan Surakarta dituntut harus mampu bersaing dan berkembang di tengah persaingan antarmedia massa yang beredar di masyarakat.

Sebagai Koran lokal daerah Solo, *SOLOPOS* sangat potensial untuk berpromosi di wilayah Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen, dan Klaten yang merupakan wilayah utama edar. Sehingga untuk menjangkau khalayak di beberapa daerah di atas, beriklan di *SOLOPOS* adalah langkah yang sangat tepat.

Meskipun demikian, hadirnya koran-koran lokal maupun koran-koran yang berskala nasional di wilayah Solo juga menjadi tantangan tersendiri bagi *SOLOPOS*. Untuk mengatasi persaingan tersebut, dengan cara membuat rancangan-rancangan layout/tata letak yang didesain sedemikian rupa agar perwajahan menjadi lebih menarik, mempunyai daya tarik persuasif, komunikatif, dan artistik.

B. Tujuan

Dalam pelaksanaan kuliah kerja media (KKM) ini, penulis memfokuskan pada bagian layout halaman di Harian Umum *SOLOPOS*. bagian desain/layout adalah bagian yang sangat menentukan dalam perwajahan sebuah surat kabar. Menarik dan tidaknya tampilan suatu surat kabar tergantung pada bagian ini.

Secara umum KKM ini dimaksudkan untuk memperoleh pengalaman dan menambah pengetahuan di bidang desain/layout. Penulis dalam melaksanakan KKM di Harian Umum *SOLOPOS* mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara langsung praktek perencanaan dan pelaksanaan kerja khususnya layout koran Harian *SOLOPOS*.
2. Untuk mengetahui alur kerja di bagian layout Harian *SOLOPOS*.
3. Ketika menemukan sesuatu masalah yang baru, dapat dipakai sebagai obyek penelitian sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan sesuai

dengan disiplin ilmu yang didapat dari materi kuliah sebelumnya di kampus.

4. Menambah wawasan di bidang media cetak.
5. Dapat mengenal lebih jauh dunia kerja nyata pada media.
6. Dapat mempraktekkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan yang telah diperoleh dari akademi dan menyerap ilmu pengetahuan yang ada di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Layout

Layout adalah sebuah sket rancangan awal untuk menggambarkan organisasi unsur-unsur komunikasi grafis yang akan disertakan. Usaha untuk menyusun, menata dan memadukan unsur-unsur komunikasi grafis menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik, persuasive, menarik perhatian, dan mendukung pencapaian tujuan secara cepat dan tepat dikenal dengan istilah tata letak. Sedang fungsi tata letak menurut Freddy Adiono Basuki (2000) adalah untuk mencapai keharmonisan, nilai estetik, ekonomis, dan komunikatif.

Sedangkan menurut Rhenald Kasali, layout merupakan penataan elemen-elemen desain komunikasi visual ke dalam suatu tata susunan yang sesuai dengan prinsip-prinsip desain.

Elemen-elemen yang disebutkan oleh Rhenald antara lain adalah sebagai berikut :

Elemen desain komunikasi visual :

1. Elemen kata-kata

1.1.Headline

Judul yang pertama kali mampu menarik secara visual ataupun verbal serta berhasil memikat pembaca dengan bentuk tampilan yang artistik. Headline juga sering disebut judul atau kepala tulisan, yakni adalah

bagian terpenting dari sebuah iklan. Letaknya tidak selalu pada awal tulisan, tetapi merupakan bagian pertama yang dibaca orang.

(Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan*. Grafiti 1995 hal. 82)

1.2.Sub Headline

Penjabaran secara ringkas apa yang dimaksud headline, guna memperluas dan memperjelas judul secara menggugah dan memudahkan pembaca untuk mengetahui isi pesan artikel. Sebuah sub headline harus mengatakan sesuatu yang sangat penting kepada calon pembeli, tidak peduli dalam suatu kalimat yang panjang atau pendek, akan tetapi kalau kalimatnya cukup panjang maka headline lazim diikuti dengan sub headline.

(Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan*. Grafiti 1995 hal. 82)

1.3. Body Copy

Artikel yang menjelaskan pesan secara terperinci.

1.4.Caption

Keterangan gambar yang menunjukkan dan menceritakan apa yang ada dari realita, yang bisa memperlihatkan dan menceritakan sehingga dapat membantu pembaca dalam menyimpulkan obyek yang dibacanya.

2. Media Gambar

Gambar atau visual mampu mengkomunikasikan pesan yang cepat dan berkesan. Gambar yang tepat mampu memberi nilai lebih dan memikat perhatian pembaca.

2.1. Artistik Teks

Huruf sebagai karya seni, mengutamakan olahan bentuk huruf, kata dan blok teks untuk dikomunikasikan sebagai gambar hias.

2.2. Tabel dan Grafik

Untuk memperjelas informasi sebagai pemahaman suatu kondisi, mempersingkat komunikasi dan mempermudah pembaca mengambil kesimpulan secara tepat.

2.3. Ilustrasi

Gambaran pesan yang terbaca namun dapat mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan yaitu garis informasi yang memikat, membentuk suasana emosi dan menjadikan gagasan seolah-olah nyata.

2.4. Clip Art

Gambar-gambar yang tersedia secara instant dapat dipakai dalam layout, diperlukan pengolahan kembali ataupun memadukan gambar lain sehingga nilai artistiknya lebih maksimal.

Menurut Jefkin ada beberapa patokan dasar yang dapat dikemukakan dalam merancang sebuah layout, yaitu:

1. The Law of Unity

Sebuah layout terdiri dari elemen-elemen berupa headline, subheadline, ilustrasi, teks, logo atau slogan, dan lain-lain. Semua elemen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu kesatuan komposisi yang baik dan enak dilihat.

2. The Law of Variety

Untuk menghindari kesan monoton, sebuah layout harus dibuat bervariasi dalam beberapa hal, misalnya ketebalan huruf dan jenis huruf yang digunakan.

3. The Law of Balance

Di dalam suatu media cetak, titik atau garis tengah keseimbangan tidak terletak tepat di tengah-tengah, tetapi merupakan ruang yang membagi daerah layout menjadi kira-kira $\frac{1}{3}$ dan $\frac{2}{3}$ bagian.

4. The Law of Rhythm

Sebaiknya layout dimulai dengan headline, subheadline, teks, serta pengambilan foto atau pembuatan gambar harus sesuai hingga menolong untuk maksud tersebut.

5. The Law of Harmony

Bagian-bagian layout sebaiknya dirancang secara harmonis tetapi tidak monoton.

6. The Law of Proportion

Bentuk yang mempunyai ukuran lebih panjang pada satu sisinya selalu tampak lebih manis daripada sebuah bujur sangkar yang keempat sisinya sama panjang. Dengan demikian, penting untuk menampilkan layout secara keseluruhan dalam bentuk empat persegi panjang.

7. The Law of Scale

Perpaduan antara warna gelap dan warna terang akan menghasilkan sesuatu yang kontras. Hal ini dipakai untuk memberi tekanan pada

bagian-bagian tertentu di dalam layout. Akan tetapi, kontras yang ditampilkan berulang-ulang pada banyak bagian dari layout, akan menghasilkan kesan jelek dan akhirnya tidak bisa menentukan sesuatu apapun.

B. Mekanisme Layout

1. Komposisi Tata Letak

Komposisi adalah usaha untuk mendapatkan keseimbangan bentuk dalam mengorganisasikan unsure-unsur terpenting dalam penciptaan karya seni dan atau media komunikasi grafis yang harmonis, komunikatif, dan persuasif. Kaidah-kaidah komposisi yang harus diperhatikan adalah:

1.1 Proporsi (proportion)

Merupakan perbandingan ukuran yang digunakan untuk menentukan perbandingan yang tepat antara panjang dengan lebar antara gambar dengan bidang gambar.

1.2 Keseimbangan (Balance)

Yaitu kesamaan dari unsur-unsur tertentu yang berlawanan ataupun bertentangan.

1.3 Irama (Ritme)

Yaitu adanya pengulangan dalam gerakan yang bisa divisualisasikan dengan garis, tekstur, bidang, bentuk, maupun warna.

1.4 Kesatuan (Unity)

Artinya seluruh unsur yang dipergunakan harus saling berhubungan dengan baik, mengandung makna dan menarik.

1.5 Pusat perhatian (Focus of interest)

Hal ini menyangkut peletakan unsur yang menjadi perhatian paling utama atau paling dominan untuk disampaikan. Misalnya judul, peletakannya bergantung kepada pertimbangan estetika, komunikatif, dan persuasif.

1.6 Kontras (Contrast)

Merupakan perbedaan keadaan unsur-unsur atau antara organisasi unsur yang dapat dicapai dengan perbedaan tinggi-rendah, panas-dingin warna, termasuk cerah dan suramnya.

Selain kaidah-kaidah dalam mengorganisasikan unsur grafisnya, desainer perlu mempertimbangkan berat dan ringannya bidang. Keseimbangan bahkan dapat dicapai dengan bidang yang tidak selalu sama besar. Pembagian dapat saja berbeda tetapi keseimbangan masih saja mungkin didapatkan dari unsur lain, misalnya warna ataupun bentuk. Pembagian bidang yang sama terkadang bersifat kaku, statis, diam, tanpa irama, dengan nilai estetis yang rendah.

2. Memanfaatkan Grid untuk Menjaga Konsistensi Desain

Sebagian ahli berpendapat bahwa konsep pembuatan Grid diilhami lukisan karya Piet Mondrian (1917). Penggunaan garis-garis (atau titik-titik) maya yang tidak akan tercetak saat gambar dicetak akan membantu

desainer saat mengatur tata letak objek di bidang cetak yang digarap. Dalam penyusunan halaman, Grid sangat berguna untuk menjaga konsistensi margin. Susunan Grid pada suatu halaman dapat berbentuk sederhana maupun sangat kompleks, seperti yang diinginkan. Lembaran dapat berbentuk pembagian bidang teks dan bidang kosong di sisi kiri kanan halaman yang biasa disebut margin, tetapi juga dapat sepenuhnya menggambarkan pembagian bidang dari dua halaman yang terbuka (hal itu biasa disebut Spread) dan saling berhubungan untuk mengatur konsistensi baris-baris teks dalam suatu kolom sehingga dapat membagi bidang-bidang teks sesuai jumlah baris sebelum memutus blok tersebut agar diisi bidang yang berisi gambar. Hal itu dilakukan untuk mengatur kelurusan baris-baris teks antara kolom di kiri dan di sebelahnya.

3. Elemen-elemen dalam Suatu Halaman

Dasar bangunan bidang-bidang atau blok dalam suatu halaman cetak secara umum dapat dibagi menjadi empat elemen, yaitu headline, teks, gambar, dan yang tidak kalah pentingnya adalah bidang kosong (bidang yang tidak berisi tiga elemen yang lain). Walaupun warna adalah unsure yang sangat penting, tetapi warna tidak termasuk elemen dasar. Pengaturan keempat elemen dasar tersebut dapat mengekspresikan berbagai style sesuai sasaran public yang akan menerima atau bagaimana desainer akan meletakkan citra publikasinya kepada public. Hal itu belum termasuk bagaimana desainer memainkan pilihan font maupun komposisi warna yang mampu memberikan kesan tampilan yang jauh lebih dalam.

4. Macam Format Tata Letak

Elemen-elemen dasar layout disusun dalam format tertentu. Peletakan setiap elemen tidak harus semuanya, namun yang terpenting adalah bagaimana format tata letak yang kita gunakan mampu mengorganisasikan elemen-elemen dengan baik, benar, dan komunikatif. Berikut ini berbagai macam format tata letak dan karakteristiknya:

4.1 Conventional

Menampilkan kesan padat dengan pilihan teks yang berat, headline diletakkan di atas kiri, sedangkan gambar diletakkan di bawah. Format ini terkesan sederhana dan formal. Publikasi-publikasi yang bersifat resmi masih sering menggunakan format seperti ini.

4.2 Classic

Memberi kesan yang sederhana, di mana teks dibagi menjadi dua kolom di setiap halaman. Headline diletakkan di tengah atas dan gambar/foto diletakkan di tengah halaman, di antara dua kolom teks.

4.3 Modern

Format ini menggunakan susunan teks melebar, di mana cukup ada satu kolom pada satu halaman. Oleh karena itu, dipergunakan Leading(jarak antar baris) yang lebih lebar. Demikian juga jarak antar yang dilonggarkan untuk memudahkan pembacaan. Headline pun diatur dengan style berjarak karakter lebar bahkan ekstra lebar jika perlu. Gambar dimuat dalam dua halaman dengan posisi yang berlawanan di bagian tengah pada masing-masing halaman. Sebagai

elemen tambahan, biasanya diberikan garis tebal sebagai balancing bidang di pojok kiri atas dan kanan bawah atau sebaliknya.

4.4 Technical

Bentuk layout yang menampakkan gaya teknis dengan blok-blok berbentuk siku dengan garis di antara kolom. Digunakan banyak bidang kosong untuk memberikan kesan yang bersih dan kuat. Bidang-bidang yang berisi teks maupun gambar diletakkan secara simetri.

4.5 Aggressive

Headline dengan teks berukuran besar dan bergaris bawah serta menggunakan jarak antar baris yang lebih lebar. Bidang-bidang berwarna abu-abu tersebut diisi gambar/foto yang tampil secara eksklusif dan berperan sebagai ilustrasi atau sekedar dekorasi ruangan.

4.6 Juvenile

Adalah istilah buku untuk anak-anak (walaupun format ini tidak dimaksudkan untuk anak-anak). Layout dibuat dengan kesan meriah dengan memasang gambar secara tersebar. Diantara kolom diberi garis pemisah dengan warna yang lemah. Headline dan subheadline disusun menggunakan huruf capital berukuran lebih besar untuk menarik perhatian.

4.7 Youthful

Format youthful memiliki kesan lucu, main-main, serta menyenangkan. Pada format ini digunakan unsure gambar serta

pilihan font yang mendukung. Penulisan headline dilakukan menggunakan huruf dengan berbagai ukuran.

4.8 Natural

Memiliki susunan yang elegan menggunakan teks berspasi lebar. Jarak antara headline dengan bodyteks dibuat cukup jauh, bidang gambar ditampilkan dalam bentuk oval. Untuk memberikan kesan tertib dan rapi, masing-masing bidang cetak diberi garis border, sedangkan pada bidang gambar digunakan latar belakang segi empat menggunakan ukuran yang sama dengan bidang teks di sebelahnya. Antara garis border dengan teks diberi bidang kosong yang cukup. Hal tersebut akan memberi kesan kuat serta fokus pada bodyteks.

4.9 Prestigious

Hal yang jelas menonjol pada format ini adalah penggunaan bidang kosong yang cukup luas untuk menciptakan keluwesan (gracefull) dan fokus. Penggunaan Dropcap memberi kesan awal anggun pada halaman. Pemasangan headline ditempatkan di halaman tersendiri.

C. Media Cetak

Media berfungsi sebagai jembatan kepada konsumen dari produsen untuk menyampaikan sebuah pesan. egal bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Rhenald Kasali, 1995 : 11).

Surat kabar sebagai salah satu media cetak yang diandalkan dalam dunia periklanan, karena menggabungkan beberapa informasi yang ditangkap dengan foto sebagai ilustrasi di gabung dengan kata-kata yang dirangkai oleh jurnalis untuk penyampaian informasi dari sebuah kejadian.

Surat kabar di Indonesia dapat diklasifikasikan berdasarkan:

1. Frekuensi Penerbitan

Berdasarkan frekuensi penerbitnya dibedakan atas surat kabar harian dan mingguan. Usia surat kabar harian hanya 1 hari, biasa berisi informasi baru dan ter update yang berkembang sesuai keadaan yang ada. Berberda dengan surat kabar mingguan yang berisi artikel yang tidak mudah basi dan terdapat kedalaman isi didalamnya.

2. Ukuran

Surat kabar umumnya terdiri dari dua jenis :

Surat kabar Tabloid: Umumnya terdiri dari lima atau enam kolom yang masing-masing memiliki lebar sekitar 5 cm dan panjang dari atas kebawahnya sekitar 35 cm. Ukuran ini membuat surat kabar tabloid tampil seperti majalah yang tidak dijilid.

Bentuk Standar : Umumnya memiliki ukuran dua kali lipat tabloid dengan ukuran delapan sampai sembilan kolom ke samping. Namun demikian, banyak Koran standar yang mengurangi jumlah kolomnya menjadi hanya 6 kolom. Lebih dari 90% surat kabar yang beredar di Indonesia adalah surat kabar yang berbentuk standar.

3. Sirkulasi

Menurut peredarannya surat kabar dibagi menjadi dua, yaitu surat kabar lokal dan surat kabar nasional. Surat kabar lokal : Suara Merdeka, Pikiran Rakyat, Kedaulatan Rakyat, Solopos, Bali Post. Surat kabar nasional : Kompas, Suara Pembaharuan.

4. Format Isi

Dalam format isi surat kabar lebih diperhatikan rubric yang menjadi kekuatan suatu media dengan tingkat popularitas tertentu yang dapat dengan rubrik dimedia lain.

5. Kelas Sosial Budaya

Dari kelas sosialnya, surat kabar dibagi menjadi 2 jenis, yaitu high brow newspaper (quality) untuk golongan menengah keatas dan boulevard (popular) newspaper untuk golongan menengah kebawah.
(Rhenald Kasali, 1995 : 101).

D. Kekuatan dan Kelemahan Surat Kabar

1. Kekuatan Surat Kabar

1.1 Market coverage

Surat Kabar dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan pasarnya.

1.2 Comparison shopping (catalog value)

Informasi sekelebat yang diberikan oleh radio dan televisi, dimuat secara tertulis pada surat kabar yang dapat dibawa kemana-mana.

1.3 Positive consumer attitudes

Konsumen umumnya memandang surat kabar memuat hal-hal aktual yang perlu segera diketahui khalayak pembaca.

1.4 Flexibility

Pengiklan dapat bebas memilih pasar mana yang akan diprioritaskan.

2. Kelemahan Surat Kabar

2.1 Short life Span

Surat kabar cepat basi, hanya berusia 24 jam.

2.2 Clutter

Informasi berlebihan yang dimuat oleh redaksi dan pemasang iklan dapat melemahkan pengaruh sebuah iklan.

2.3 Limited coverage of certain groups

Pada umumnya surat kabar dibaca oleh seorang pria.

2.4 Products that don't fit

Beberapa produk tidak dapat diiklankan dengan baik di surat kabar.

BAB III

SOLOPOS DALAM LINTAS SEJARAH

A. Sejarah Singkat

PT. Aksara Solopos adalah sebuah perusahaan penerbitan yang berkantor di Griya Solopos Jl. Adisucipto 190 Solo yang menerbitkan surat kabar umum yaitu Harian Umum "*SOLOPOS*". *SOLOPOS* terbit pertama kali pada tanggal 19 september 1997. Setelah persiapan intensif selama enam bulan dinilai cukup memadai. Persiapan penerbitan *SOLOPOS* telah dilakukan sejak tanggal 1 April 1997 dan diintensifkan lagi setelah Surat Ijin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) turun tanggal 12 Agustus 1997. Dalam SIUPP disebutkan *SOLOPOS* terbit 7 kali dalam satu minggu, sedangkan untuk edisi minggu telah terbit pertama kali pada tanggal 28 Juni 1998.

Persiapan meliputi persiapan Sumber Daya Manusia (SDM) dan persiapan mencetak koran. Pelatihan untuk tenaga Profesional di bidang wartawan (reporter) dimulai awal April 1997 selama satu bulan, bekerjasama dengan LP3Y (Lembaga Pengembangan Pendidikan Pers Yogyakarta). Seluruh karyawan sudah mulai bekerja pada tanggal 1 Mei 1997 dan sejak saat itu, dengan dukungan 80 personil *SOLOPOS* mulai mengunjungi pembacanya.

Berbeda dengan koran-koran di daerah lain yang umumnya mengklaim sebagai koran nasional yang terbit didaerah. Pasalnya koran ini

ingin menjadi besar didaerah bersamaan dengan kian meningkatnya dinamika masyarakat Surakarta yang bakal menjadi kota Internasional.

Harian umum *SOLOPOS* yang memilih basis terbit di Solo, Jawa Tengah, lahir bersamaan dengan dimulainya teknologi baru di bidang pers. Pada saat yang bersamaan sejumlah media cetak Nasional menerapkan sistem cetak jarak jauh di berbagai daerah.

Pemilihan kota Solo sebagai basis penerbitan *SOLOPOS* dilandasi oleh pertimbangan ekonomis dan historis. Dari segi ekonomis, Solo diperkirakan akan menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi, dalam kaitannya dengan pengembangan pertumbuhan Jogjakarta-Solo-Semarang (JogloSemar). Sedangkan Historis, Solo dikenal sebagai cikal bakal pertumbuhan pers Nasional, meski hingga *SOLOPOS* hadir, hanya beberapa surat kabar yang tersisa. Tidak koran jika kekosongan pasar ini diisi oleh koran luar kota, seperti Suara Merdeka, Kompas, Jawa Pos dan lain-lainnya. Padahal masyarakat membutuhkan alternatif surat kabar baru dikotanya.

Peluang inilah yang dilihat oleh kelompok penerbit Harian Ekonomi Bisnis Indonesia untuk melakukan pengembangan bisnis pers-nya di Solo. Melalui kepemilikan di PT. Aksara Solopos, surat kabar yang menerbitkan *SOLOPOS*, akhirnya diperoleh ijin penerbitan surat kabar dari Menteri Penerangan Nomor 315 /SK/MenPen/SIUPP. Berbekal dengan SIUPP inilah akhirnya Solopos bisa hadir pertama kali dengan 12 halaman dengan dua seksi, selama PEMILU mulai tanggal 20 Mei 1999, *SOLOPOS* terbit dengan 16 halaman.

Dalam perkembangannya, harian *SOLOPOS* telah beberapa kali mengalami perubahan rubrikasi maupun perwajahan (layout), kolom, bahkan penggunaan jenis huruf (font) dan warna. Hal tersebut tentu saja sebagai upaya untuk terus mengikuti perkembangan zaman selain sebagai upaya untuk terus memberi kepuasan kepada pembaca.

B. Visi Dan Misi Perusahaan

Visi dan misi penerbitan *SOLOPOS* adalah untuk membangun opini masyarakat Solo dan Surakarta pada umumnya agar termotivasi bekerja keras dan berkarya nyata dalam membangun kota Solo menjadi :

1. Kota Budaya dan Pariwisata serta Pusat Kesenian Tradisional Jawa yang Adiluhung.
2. Bursa tekstil nasional dan pusat perdagangan batik, tekstil, hasil industri manufaktur dan kerajinan rakyat yang didukung oleh daerah kabupaten sekitar wilayah eks Karesidenan Surakarta.
3. Kota Industri Jasa Perbankan, Keuangan, Asuransi dan Jasa-jasa lain.
4. Kota Pendidikan, Kesehatan dan Olahraga.
5. Kota pooling (pengumpul) komoditas ekspor ke manca negara melalui Bandara Adisumarmo dan Pelabuhan Laut Tanjung Emas, Semarang, juga bisa berperan sebagai fasilitator perdagangan antar pulau karena letak Kota Solo yang strategis dan sudah terkenal secara luas sejak jaman penjajahan Belanda.

C. Profil Perusahaan

Surat Izin : SK Menpen No. 315/SK/MENPEN/SIUPP/12 Agustus 1997

Pemimpin Umum	: Prof Dr H Sukamdani S Gitosardjono
Wakil Pemimpin Umum	: Danie H Soe'oed
Pemimpin Redaksi	: Mulyanto Utomo
Pemimpin Perusahaan	: Bambang Natur Rahadi
Wakil Pemimpin Redaksi	: Wahyu Susilo
Redaktur Pelaksana	: Dwiyatno
Sekretaris Redaksi	: Sri Handayani
Redaktur	: Abu Nadhif, Alvari Kunto Prabowo, Anton Wahyu Prihartono, Ariyanto, Astrid Prihatini Wisnu Dewi, Diah Indiaty, Fadjar Roosdianto, Farid Achmadi, Mugi Suryana, Puguh Trisadono, Rini Yustiningsih, Riyanta, Syifaul Arifin, Verdy Bagus Hendratmoko, Yonantha Chandra Premana
Kabag Litbang & Pusdok	: Sholahuddin
Manager Iklan	: Muryati Setyandari
Manager Promosi	: Sri Handayani Dewi
Manager Sirkulasi	: Amir Tohari
Staf Redaksi Solo	: Aeranie Nur Hafnie, Anik Sulistyawati, Ayu Prawitasari, Burhan Aris Nugraha, Danang Nur Ihsan, Eny Widiastuti, Eri Maryana, Haryono

Wahyudiyanto, Ichwan Prasetyo, Indah
Septiyaning Wardani, Mastris Radyamas, R
Bambang Aris S, Rohmah Ermawati, Septhia
Ryanthie, Suharsih, Sunaryo Haryo Bayu, Yus
Mei Sawitri

Staf Redaksi Boyolali : Ahmad Mufid Aryono, Sri Herwindya Baskara
Wijaya

Staf Redaksi Karanganyar : Ivan Indrakesuma, Damar Sri Prakoso

Staf Redaksi Sragen : Kurniawan

Staf Redaksi Sukoharjo : Akhmad Ludyanto, Tri Wiharto

Staf Redaksi Wonogiri : Esmasari Widyaningtyas, Trianto Hery Suryono

Staf Redaksi Klaten : Heriyono Adi Anggoro, Iskandar, Nadhiroh

Staf Redaksi Grobogan : Arif Fajar S

Staf Redaksi Semarang : Kaled Hasby Ashshidiqy

Staf Redaksi Salatiga : Kaled Hasby Ashshidiqy, Rahmat Wibisono,
Tri Rahayu, Triyono

Alamat Redaksi / Perusahaan: Griya SOLOPOS Jln. Adisucipto No.190 Solo
57145 Telp (0271) 724811 (hunting) Faks
Redaksi (0271) 724833 Faks. Perusahaan :
(0271)724850

Pengaduan Iklan & Sirkulasi: (0271) 724811

Perwakilan Jakarta : Wisma Bisnis Indonesia Lt 6 Jl. S Parman Kav.
12-13 Slipi Jakarta Telp (021) 5304016 (hunting)

Faks (021) 5305869, Iklan : Hafiz, Telp (021)

5304016 ext 566 Faks (021) 5305868

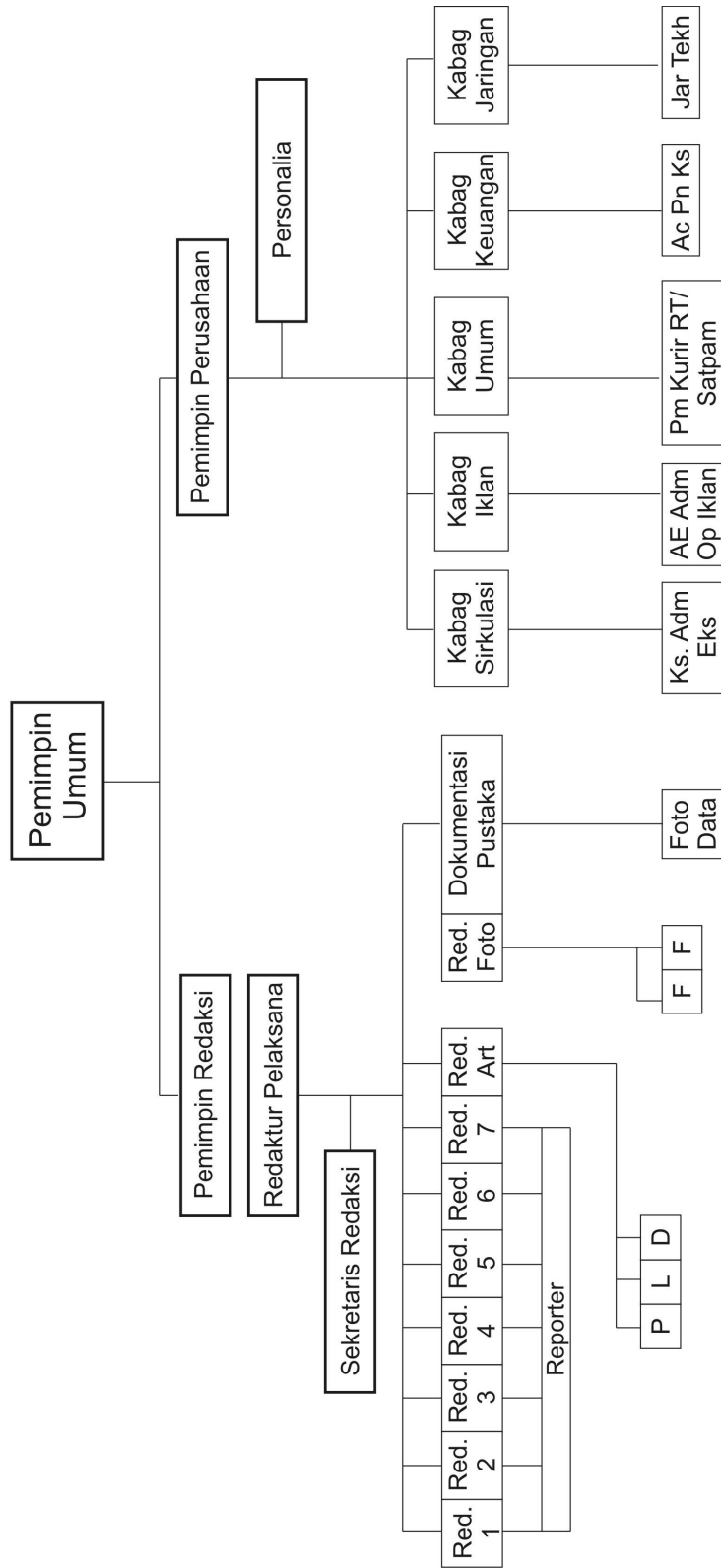
Perwakilan Semarang : Jl. Sompok Baru No 79 Telp (024) 8442852

Perwakilan Salatiga : Jl Nanggulan 46, Kutowinangun, Tingkir,
Salatiga, Telp (0298) 312041

Rekening Bank : Bank BCA Cabang Singosaren 153-0194708,
Bank BNI Cabang Slamet Riyadi No. Rek.
28035567

Berdasarkan pada struktur organisasi fungsional di atas, berikut
struktur organisasi PT. Aksara Solopos:

STRUKTUR ORGANISASI PT. AKSARA SOLOPOS



Keterangan:

KS	: Koord Sirkulasi	Adm	: Administrasi	Ac	: Accounting
AE	: Account Executive	RT	: Rumah Tangga	Pn	: Penagihan
Pm	: Pengemudi	Red	: Redaktur	Ks	: Kasir
Jar	: Jaringan	Eks	: Ekspedisi	P	: Pracetak
F	: Fotografer	L	: Layout	D	: desain

Berdasarkan pada struktur organisasi fungsional di atas, maka berikut ini dirinci deskripsi tugas dari masing-masing bagian dari harian umum *SOLOPOS* di PT. Aksara Solopos :

1. Pemimpin Umum, yaitu orang yang memimpin tugas dan bertanggung jawab atas penyelenggara PT.Aksara solopos secara keseluruhan.
2. Pemimpin redaksi, yaitu orang yang memiliki tugas, hak dan tanggung jawab serta wewenang sebagai berikut:
 - 2.1 Bertanggung jawab kepada pimpinan umum.
 - 2.2 Memimpin jajaran di bidang keredaksian berdasarkan ketentuan penerbit.
 - 2.3 Menentukan arah kebijaksanaan redaksi atau pemberitaan, yang mencakup peliputan dan pemuatan berita.
 - 2.4 Secara langsung membawahi redaktur pelaksana.
 - 2.5 Memimpin rapat harian redaktur pelaksana, memberikan persetujuan atas naskah, gambar, foto yang boleh dimuat atau dicetak dalam setiap edisi.
 - 2.6 Berhak dan bertanggung jawab atas seluruh isi pemberitaan, baik ke dalam maupun ke luar.
 - 2.7 Mengambil langkah pengamanan, misalnya pembatalan pencabutan berita/ gambar/foto yang dinilai kurang pantas.
 - 2.8 Berhak dan bertanggung jawab atas pembinaan karyawan di bidang keredaksian.
 - 2.9 Bertanggung jawab atas biaya operasional.

- 3 Redaktur pelaksana, bertugas melaksanakan semua kebijaksanaan redaksi yang telah ditentukan oleh pemimpin redaksi. Redaktur pelaksana membawahi redaktur dan redaktur muda serta bagian dokumentasi dan pustaka. Dalam melaksanakan tugasnya redaktur pelaksana dibantu oleh sekretariat redaksi.
- 4 Sekretariat redaksi, bertugas membantu redaktur pelaksana dalam hal koordinasi dengan perangkat perusahaan yaitu keuangan, umum dan personalia untuk pengadaan dana, barang, sarana kerja serta personel, mendukung dan memelihara kelancaran perekonomian dalam hal otoritas dan pengendalian anggaran, biaya operasional dan telepon masuk dan keluar.
- 5 Redaktur dan redaktur muda, bertanggung jawab langsung kepada redaktur pelaksana. Secara langsung membawahi reporter yang bertugas peliputan dan penulisan naskah bagi reporter sesuai dengan wilayah tugasnya dan berdasarkan kebijakan redaksi.
- 6 Dokumentasi dan pustaka, bertugas menyimpan semua data, baik yang berupa naskah maupun foto / gambar.
- 7 Reporter, tenaga fungsional yang bertugas di lapangan mencari dan mengumpulkan berita bagi Redaktur.
- 8 Pra cetak, tenaga fungsional yang bertugas menyiapkan dan mengontrol mutu seluruh materi bahan baku reproduksi serta mengawasi proses reproduksi agar hasil cetak film sesuai dengan parameter yang dikehendaki.

- 9 Operator Macintosh menunjang kegiatan pra cetak, bertanggung jawab atas penyimpanan dan pemberian judul hasil perentangan film ke dalam file server atau folder dan tata letak halaman yang siap di olah melalui layar.
- 10 Desain dan kartunis, bertanggung jawab mengolah karikatur yang di muat.
- 11 Fotografer, bertugas menunjang pemberitaan dengan foto-foto jurnalistik.
- 12 Foto/data, bertugas membantu kelancaran petugas dokumentasi dan pustaka dalam penyediaan dan penyimpanan data dan foto.
- 13 Pemimpin perusahaan, tugas dan tanggung jawabnya yaitu :
 - 13.1 Menerima, menyetujui, dan mengawasi realisasi rencana anggaran yang diajukan oleh tiap bagian.
 - 13.2 Memberi pengarahan, mengkoordinasi dan mengawasi pelaksanaan kegiatan harian di bagian sirkulasi, umum dan personalia.
 - 13.3 Menerima, meneliti, dan menganalisa laporan berkala dari bawahan serta mengambil tindakan perbaikan yang perlu.
- 14 Personalia dan sekretariat perusahaan sebagai personalia, bertanggung jawab atas seluruh proses rekrutmen karyawan termasuk di dalamnya menganalisis masukan sistem penilaian presentasi untuk promosi, mutasi dan PHK, peningkatan mutu dan kesejahteraan karyawan. Sebagai sekretariat perusahaan bertugas merekam dan mencetak berbagai kegiatan perusahaan termasuk pengendalian biaya operasional, juga bertanggung jawab atas penyimpanan dan pemeliharaan surat-surat dokumen penting.

15 kabag sirkulasi, kabag iklan, kabag umum, kabag keuangan dan kabag jaringan, bertugas membantu kelancaran jalannya perusahaan oleh pemimpin perusahaan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Setiap kabag membawahi staf-staf yang bertugas mendukung bidang kegiatan masing-masing bagian.

D. Proses Produksi

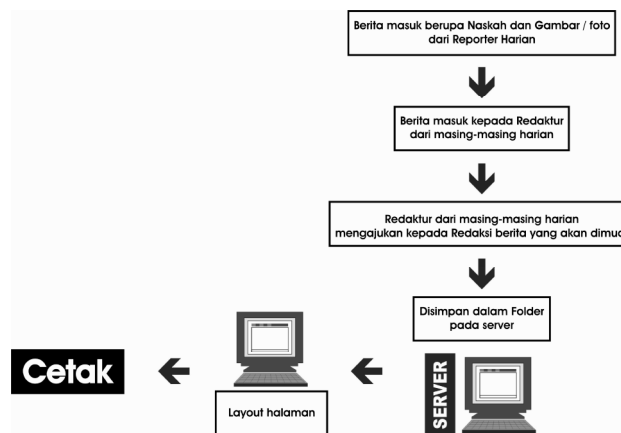
Proses adalah Kegiatan yang melakukan pengolahan suatu data menjadi informasi. Di *SOLOPOS*, proses produksi dimulai dari memasukkan naskah-naskah berita beserta gambar-gambar yang telah dikumpulkan oleh Reporter berita dan Redaktur harian. Setelah Redaktur memilih berita-berita yang akan dimuat pada halaman *SOLOPOS*, naskah dan gambar akan dimasukkan pada folder Redaksi. Dimana berita-berita yang akan dimuat harus mendapatkan persetujuan dari Pimpinan Redaksi.

Setelah naskah dan gambar berita masuk, maka dilakukan penyusunan yang dikerjakan oleh Layout-ers. Dengan bantuan perangkat komputer dan dengan menggunakan Software QuarkXPress 5.0 Layout-ers mulai menyusun naskah berita dari Redaktur.

Pada tahap ini, dengan deadline pukul 11.30 WIB. Di *SOLOPOS*, Reporter foto memasukan gambar/foto pukul 19.00 WIB, sedangkan Reporter berita dan Redaktur menyelesaikan naskah berita paling lambat pukul 20.00 WIB (kecuali bila sedang ada suatu berita yang bagus untuk dimuat dan dipublikasikan). Sedangkan untuk layout dapat diselesaikan pada pukul 23.00

WIB (kecuali untuk halaman depan, bisa berubah apabila ada suatu berita yang mengemparkan). Didalam tim Layout terdapat salah satu kelompok jaga/piket setiap harinya, yang tugasnya mengontrol Layout halaman yang siap cetak. Disitu Layout piket juga bertugas merevisi jika ada kesalahan pra-produksi, jika Layout halaman sudah sempurna, Layout siap untuk cetak.

Berikut bagan proses produksi layout pada harian Solopos



E. Komposisi Berita

Harian *SOLOPOS* berusaha tampil beda dengan surat kabar lainnya, strategi yang dilakukan adalah dengan menyajikan komposisi semenarik mungkin untuk menjaring lebih banyak pembaca. Berikut adalah isi halaman dari harian *SOLOPOS*:

Sesi I

1. Halaman Utama Surat Kabar *SOLOPOS*

Halaman Utama surat kabar adalah halaman terdepan atau halaman permukaan dari surat kabar yang memuat berita-berita penting atau berita utama. Seperti yang dikatakan oleh Alhester, bahwa halaman muka merupakan alat peragaan surat kabar, dan berita-berita di halaman muka

biasanya lebih berbobot dari pada berita-berita halaman dalam. Halaman muka Solopos merupakan halaman yang ada sedikit variasi warna. Berita-berita yang bertaraf nasional, internasional, maupun daerah yang aktual di bidang ekonomi, sosial, dan budaya dimuat dihalaman tersebut.

2. Halaman Umum

Berita-berita yang dimuat pada halaman ini adalah peristiwa-peristiwa yang bersifat umum dan pantas untuk diketahui publik (Berita yang dimuat pada halaman ini hanya lingkup Nasional).

3. Halaman Gagasan

Pada halaman ini memuat berbagai macam opini yang berupa tanggapan, saran serta kritik dari para tokoh masyarakat, mahasiswa, akademisi, elite politik serta pemerhati masyarakat yang berada di daerah. Opini yang dilontarkan bertema politik, sosial, dan budaya, terutama mengkritisi fenomena-fenomena yang ada dalam masyarakat.

4. Halaman Jateng dan DIY

Berita-berita mengenai peristiwa yang terjadi di daerah Jateng dan Yogyakarta tertera di halaman ini. Berita untuk daerah Jateng biasanya memuat sekitar kota Semarang, Porwodadi, Blora dan sekitarnya. Berita-berita pada halaman ini menyangkut semua bidang kehidupan.

5. Halaman Olahraga

Pada halaman ini terdapat 3 halaman Olahraga. Berita-berita yang dimuat pada halaman ini adalah seputar dunia olah raga, baik kancah Nasional maupun Internasional.

6. Halaman Internasional

Pada halaman ini menyajikan berita-berita yang lagi hangat dibicarakan di dunia Internasional yang berisi politik, budaya, dan sosial.

7. Halaman Pergelaran

Berita di halaman ini meliputi dunia hiburan dan dunia selebriti, baik dari tingkat Daerah, Nasional bahkan Internasional. Pada halaman ini merupakan halaman warna yang disesuaikan dengan halaman muka.

8. Halaman Cesspleng

Pada halaman ini terdapat 3 halaman Cesspleng yang berisi tentang iklan, baik iklan baris maupun kolom. Jadi para pembaca yang ingin mencari atau menawarkan barang atau jasa dapat membaca halaman ini.

Sesi II

I. Halaman Soloraya

Halaman muka Soloraya adalah halaman terdepan dari sesi ke-2 Harian Solopos. Berita-berita yang dimuat pada halaman ini bersifat penting atau berita utama yang terjadi di sekitar Solo. Halaman muka Soloraya merupakan halaman yang ada sedikit variasi warna.

II. Halaman Kota SOLO

Pada halaman ini terdapat 2 halaman. Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Solo dan sekitarnya. Pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di kota Solo.

III. Halaman Ekonomi – Bisnis

Pada halaman ini, berita-berita yang disajikan adalah berita mengenai Ekonomi-Bisnis yang sedang berkembang di kota Solo. Sehingga pembaca dapat mengetahui peluang usaha dan perkembangannya yang sedang terjadi di Solo.

IV. Halaman Wonogiri

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Wonogiri dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Wonogiri.

V. Halaman Sukoharjo

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Sukoharjo dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Sukoharjo.

VI. Halaman Klaten

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Klaten dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Klaten.

VII. Halaman Boyolali

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Boyolali dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Boyolali.

VIII. Halaman Sragen

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Sragen dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Sragen.

IX. Halaman Karanganyar

Berita-berita yang disajikan pada halaman ini pastinya tentang keadaan Karanganyar dan sekitarnya. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Karanganyar.

X. Halaman Patroli

Pada halaman ini menyajikan berita-berita kriminalitas yang terjadi di kota Solo dan sekitarnya.

XI. Halaman Pendidikan

Pada halaman ini memuat berbagai berita dan informasi tentang dunia pendidikan yang terjadi di Solo dan sekitarnya. Halaman Pendidikan ini merupakan halaman warna, yang disesuaikan dengan halaman muka Soloraya.

XII. Halaman Laporan Khusus

Pada halaman ini hanya mengungkapkan/meliput satu berita yang sedang fenomenal.

Menu Lain dari Harian Solopos :

a. Halaman Salatiga Raya

Pada halaman ini terdapat 2 halaman, yaitu halaman Salatiga Raya (cover) dan Kota Salatiga sebagai halaman ke-2. Berita-berita mengenai peristiwa

yang terjadi di daerah Salatiga dan sekitarnya tertera di halaman ini. Sehingga pembaca dapat mengetahui berbagai informasi serta keadaan yang sedang terjadi di Salatiga.

b. Halaman Khazanah keluarga

Pada halaman ini terdapat 4 halaman yang memuat berbagai macam opini yang berupa tanggapan, saran serta kritik dari berbagai tokoh masyarakat yang bersifat religius.

c. Halaman Jagad JAWA

Pada halaman ini terdapat 4 halaman baik berupa opini/tanggapan dan berbagai macam pergelaran yang bersifat kedaerahan.

Dengan demikian diharapkan *SOLOPOS* mampu bersaing dengan koran-koran dari daerah lain atau koran Nasional, yang masuk dalam persaingan untuk merebut pembaca dikota Solo serta persaingan di dunia bisnis dan ekonomi.

Berikut tabel peredaran *SOLOPOS* di awal penerbitan:

Kota	Persentase
Solo	48%
Sragen	6,8%
Karanganyar	6%
Boyolali	5,5%
Klaten	9,8%
Sukoharjo	4%
Wonogiri	5,9%

Semarang	2,1%
Salatiga	1,9%
Porwodadi	0,8%
Ngawi	0,3%
Mantingan	0,3%
Madiun	0,2%
Kudus	0,2%
Magelang	0,2%
Porwokerto	1,2%
Porworejo	0,3%

Data statistik dari Bagian Sirkulasi Harian Solopos, hasil survei tahun 1999.

Untuk mengetahui seberapa bagus respons pembaca atas perkembangan koran *SOLOPOS* yang memang dikonsep sebagai koran lokal, bagian penelitian dan pengembangan (Litbang) mengadakan penelitian dengan menyebarkan angket pada medio 2006 silam. Berikut tabel angket pembaca harian *SOLOPOS*, pada September 2006 berdasarkan:

1. Sebaran Pembaca *SOLOPOS*

Solo	43,1%
Sukoharjo	19,2%
Karanganyar	12,0%
Boyolali	7,2%
Wonogiri	3,3%

Klaten	7,4%
Sragen	4,9%
Salatiga & sekitarnya	2,1%
Lainnya	0,8%

Angket pembaca harian Solopos, pada September 2006

2. Profil Pembaca SOLOPOS

Umur	Persentase
< 20	4,7%
20 – 25	21%
26 – 31	21,4%
32 – 36	16,7%
37 – 42	16,2%
43 – 48	7,4%
49 – 54	4,5%
55 >	8,1%

Angket pembaca harian Solopos, pada September 2006

3. Pekarjaan

PNS	9,6%
Swasta	29,3%
BUMN	1,1%
TNI/Polri	0,9%
Pengajar	6,6%
Pelajar/Mahasiswa	9,8%

Pensiunan	5,1%
Tidak/belum bekerja	8,3%
Wirausaha	20,3%
Lain-lain	9,0%

Angket pembaca harian Solopos, pada September 2006

4. Pendidikan

SD	2,0%
SMP	4,5%
SMU	42,0%
Diploma	17,2%
S1	31,8%
S2	1,4%
S3	0,3%
Lainnya	0,8%

Angket pembaca harian Solopos, pada September 2006

5. Pengeluaran per bulan

> Rp 2 juta	7,2%
Rp 1,5 juta – Rp 2 juta	9,4%
Rp 1 juta – Rp 1,5 juta	16,6%
Rp 700 ribu – Rp 1 juta	14,9%
Rp 500 ribu – Rp 700 ribu	15,0%
Rp 300 ribu – Rp 500 ribu	16,6%
Rp 300 ribu <	19,8%

Angket pembaca harian Solopos, pada September 2006

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Waktu dan Tempat Pelaksanaan KKM

Penulis melaksanakan tugas Kuliah Kerja Media (KKM) selama dua bulan yaitu pada tanggal 01 Desember 2007 sampai dengan 31 Januari 2008. Setelah pelaksanaan magang habis, kemudian saya diperpanjang masa magang pada 01 Februari 2008 sampai dengan 31 Maret 2008. Selama mengikuti KKM penulis mengikuti jam kerja sesuai aturan perusahaan yaitu masuk pada hari senin-jumat pukul 16.00-23.30 WIB dan Minggu pukul 16.00-23.30 WIB yang bertempat di Griya SOLOPOS Jl. Adisucipto No.190 Solo 57145 .

B. Tahap Kerja dan Aktifitas KKM

Pada saat pertama kali datang ke tempat magang Penulis langsung diajak mengikuti brifing seluruh team Layout (Machingtos), sekaligus memperkenalkan diri dengan seluruh team Layout. Setelah itu Penulis dipersilahkan menepati ruang kerja Layout, disamping itu Penulis juga dianjurkan untuk menyesuaikan diri pada lingkungan kerja. Pada hari pertama Penulis langsung mendapatkan pekerjaan yaitu membuat Clip Art logo-logo Sepak bola yang ada di Indonesia, dengan menggunakan perangkat komputer dan dengan bantuan software Corel Draw 12. Hal tersebut berlangsung selama 1 minggu. Setelah Penulis menyelesaikan tugas yang diberikan oleh Kasi Layout, kemudian hasilnya dinilai berdasarkan kecepatan dan kerapian dalam

mengerjakan tugas yang diberikan. Setelah itu, Kasi Layout menentukan penempatan Penulis sesuai dengan kemampuannya. Dan akhirnya Penulis masuk pada divisi Layout (Machingtos).

Setelah penempatan bagian, Penulis langsung mendapatkan tugasnya yaitu mengolah foto yang sudah masuk dari Reporter. Disini penulis diberi wewenang untuk memilih foto jika Redaktur tidak menentukan foto mana yang akan dimuat. Mulai dari Cropping, Shape (Pet) dan Gradasi foto yang menurutnya layak dan bagus untuk diterbitkan pada intinya Penulis selalu menuruti permintaan dan order dari Redaktur. Disini pula Penulis merangkap tugas sebagai Grafis, yaitu membuat Clip Art yang dibutuhkan Redaktur harian. Dimana grafis tersebut biasanya mengungkapkan peristiwa-peristiwa yang sedang gempar, seperti pertandingan Sepak bola, Kecelakaan, Perampokan, Pembunuhan dan lain-lain.

Sedangkan foto yang masuk dari Repoter dan Redaktur pasti warnanya berformat RGB (Red, Green, Blue), sedangkan warna RGB hanya bisa digunakan untuk proses direct printing. Model warna ini tidak bisa digunakan untuk separasi warna. Pada harian Solopos, dalam proses cetak dianjurkan terhindar dari warna RGB. Jadi semua foto atau gambar yang masuk ke divisi Layout harus dirubah ke format CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black) atau Grayscale sebelum dicetak.

Hal tersebut diatas tidak bisa jauh dari bantuan seperangkat komputer, dan dengan dukungan Software Corel Draw 12 dan Adobe Photoshop 7.0. Sedangkan format yang digunakan adalah EPS (untuk foto), sedangkan TIFF

(untuk sket Gambar dari Jon Koplo dan Gambar Gagasan). Untuk gambar sket tangan, gambar harus di Scan dahulu baru diolah dengan Adobe Photoshop 7.0.

Sedangkan ukuran kolom yang digunakan pada harian *SOLOPOS* adalah milimeter. Setiap kolom mempunyai ukuran 40,626 mm setara dengan 4,062cm. Sedangkan untuk mengolah foto ukuran yang digunakan harus lebih besar sedikit dari ukuran kolom, hal ini agar foto memiliki resolusi padat sehingga hasilnya bagus untuk dicetak.

Setelah beberapa bulan magang, akhirnya Penulis diberi kesempatan untuk membuat Layout Harian *SOLOPOS* tepatnya pada minggu-minggu akhir pelaksanaan magang. Sekian lama di Layout, penulis memang sempat beberapa kali mencoba belajar membuat Layout halaman *SOLOPOS* dengan menggunakan Software QuarkXPress 5.0. Pertama kali Penulis membuat Layout halaman Solopos, rasa bangga dan ada rasa takut memang ada.

Pertama kali Penulis membuat kolom-kolom (layout), kemudian di print ukuran A4. Setelah itu Penulis mengajukan Layout-nya kepada Redaktur untuk koreksi. Pada tahap ini setiap kolom akan diberi judul sesuai dengan keinginan Redaktur. Setelah Layout di acc oleh Redaktur, Penulis tinggal menanti naskah dan foto dari Redaktur masuk ke Redaksi. disini Penulis tinggal memasukkan naskah-naskah dan foto-foto yang mendukung isi berita yang semuanya sudah dipersiapkan oleh Redaktur. Setelah Layout selesai segera diprint dengan ukuran kertas A4, kemudian diajukan kepada Kasi untuk dikoreksi. Jika mendapatkan acc, baru diajukan kepada Redaktur yang

bersangkutan. Apabila Redaktur tidak memberi acc, maka layout tersebut harus direvisi hingga mendapatkan acc dari Redaktur. Selama revisi, Layout yang diajukan kepada Redaktur masih ukuran A4 baru setelah mendapat acc oleh Redaktur Layout diprint dengan ukuran A3. setelah itu diajukan kembali kepada Kasi Machingtos untuk dimintakan persetujuan cetak. Jika Layout sudah mendapatkan acc baik dari Kasi maupun Redaktur, kemudian ditempel di papan. Setelah itu file Layout dimasukkan ke divisi percetakan untuk dibuat Film-nya dan siap untuk dicetak.

Layout yang sudah mendapatkan acc dari Kasi dan Redaktur akan dimasukan ke Perpustakaan *SOLOPOS* yang sering disebut Pusedok (pusat dokumentasi). Kemudian pada bagian tersebut akan memasukan berita harian ke website (www.solopos.net) sesuai dengan halamannya. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat menjangkau pembaca yang berada di luar kota bahkan luar negeri, yang ingin mengetahui berita yang sedang terjadi di Solo dan sekitarnya.

C. Hasil Selama KKM

Selama Penulis melaksanakan magang di harian umum *SOLOPOS*, Penulis memang lebih banyak membantu Layout halaman koran. Disini Penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama study pada dunia kerja yang sebenarnya. Disini pula Penulis mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman baru yang dapat dijadikan bekal masuk dunia kerja, khususnya dalam bidang Layout halaman surat kabar.

D. Faktor Pendukung KKM

Terlaksananya magang dengan baik karena adanya faktor-faktor pendukung sebagai berikut:

1. Tempat kerja yang nyaman.
2. Suasana yang penuh kekeluargaan.
3. Kerja team yang kompak.
4. Memadainya sistem komputerisasi beserta perangkat pendukungnya, seperti komputer dengan spesifikasi desain, koneksi internet, printer, scanner, CD writer dan lain sebagainya.
5. Adanya perpustakaan, sebagai gudang ilmu dalam menambah wawasan. Disini pula terdapat berbagai macam Surat kabar lain yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengasah kemampuan.
6. Di berlakukannya budaya kerja dan tata kerja yang baik demi kelancaran hubungan antar karyawan.

E. Faktor Penghambat KKM

Hambatan yang dialami penulis di antaranya:

1. Pada awal penulis menjalani Kuliah Kerja Media sedikit mengalami rasa takut jika melakukan kesalahan. Namun, setelah mengalami beberapa hari ternyata penulis merasakan suasana kantor yang nyaman.
2. Penggunaan beberapa aplikasi program Software di perusahaan terdapat perbedaan pengoperasiannya dengan proses pembelajaran di kampus, dan terdapat beberapa aplikasi program yang belum dikuasai penulis.

3. Kurangnya Komputer diperusahaan sehingga pelaksanaan magang kurang maksimal.
4. Digunakannya Software QuackXPress 5.0 sebagai Layout halaman koran, sehingga penulis belum memahami sedikitpun.

F. Kendala dan Cara Mengatasi KKM

Kesempatan kerja yang diperoleh telah menyadarkan kepada mahasiswa magang tentang segala macam segi yang harus dimengerti dalam menjadi seorang yang professional. Kendala yang timbul juga banyak datang dari penulis sendiri, membutuhkan banyak waktu dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja, sistem operasional dari berbagai macam fasilitas yang ada juga membutuhkan pembelajaran yang intensif.

Dari berbagai macam kendala diatas penulis mengatasinya dengan cara sebagai berikut :

1. Terus belajar dan coba menggali potensi yang ada.
2. Tidak malu bertanya, pada saat penulis mengalami kesulitan.
3. Meningkatkan kedisiplinan kerja karena merupakan faktor yang sangat penting.
4. Memaksimalkan waktu dan peluang yang ada.
5. Mencari referensi baik lewat internet maupun membaca buku guna menambah pengetahuan dan pengalaman.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pelaksanaan magang di PT. Aksara Solopos tentunya memberikan banyak sekali pengalaman-pengalaman yang sangat bermanfaat sekali bagi penulis, oleh karena itu penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Apa yang diharapkan dan yang dialami oleh penulis selama melaksanakan magang selama di PT. Aksara Solopos, merupakan salah satu pengalaman tersendiri yang sangat nyata dalam memasuki dunia kerja sesungguhnya.
2. Berdasarkan frekuensi penerbitnya Solopos merupakan surat kabar harian. Usia surat kabar harian hanya 1 hari, biasa berisi informasi baru dan ter update yang berkembang sesuai keadaan yang ada.
3. Menurut ukurannya Harian Solopos menggunakan format Standar dengan ukuran delapan kolom ke samping.
4. Menurut peredarannya surat kabar Solopos merupakan surat kabar lokal.

B. Saran

1. Untuk instansi
 - a. Kerjasama yang baik dan suasana kekeluargaan yang terbangun diantara karyawan hendaknya selalu dijaga dan dipertahankan karena hal tersebut merupakan modal utama dalam keberhasilan.

- b. Menjalin kerjasama dengan Universitas sebagai acuan dalam perekrutan tenaga kerja.
 - c. Bimbingan, bantuan juga pemikiran yang berpengalaman sangat dibutuhkan.
2. Untuk Fakultas
- a. Sebelum mahasiswa diterjunkan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) pihak kampus harus lebih sering mengadakan pelatihan agar mahasiswa tidak canggung lagi dalam pelaksanaan kuliah kerja media (KKM).
 - b. Pihak kampus seharusnya lebih bisa berperan aktif dalam membantu mahasiswa dalam mendapatkan instansi tempat melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM).
 - c. Program Diploma III hendaknya memperbanyak buku-buku periklanan dan membuat kurikulum yang lebih spesifik lagi (materi-materi yang siap pakai).
 - d. Para pengurus Program Diploma III harus lebih kompeten lagi dalam mengelola seluruh program yang dijalankan untuk kemajuan kampus.
 - e. Menjalin kerjasama dengan instansi periklanan sebagai acuan dalam penyaluran tenaga kerja khususnya bidang periklanan.
 - f. perlu diadakan dan diperbanyak lagi praktek laboratorium dan juga pengajaran materi mata kuliah yang berbobot dan bias mengembangkan ide kreatif mahasiswa, sehingga hal ini bisa menjadikan nilai plus bagi Kampus dan membawa nama baik kampus

di instansi/perusahaan yang ditempati, karena didikannya bias menguntungkan bagi perusahaan.

3. Untuk Mahasiswa

- a. Dalam mencari instansi untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) sebaiknya dilakukan jauh-jauh hari sebelum Kuliah Kerja Media (KKM) dimulai, agar tidak ketinggalan dalam melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM).
- b. Mempersiapkan materi untuk Kuliah Kerja Media (KKM) dengan sebaik-baiknya.
- c. Dalam mencari instansi untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) jangan tergantung dengan panitia pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM).
- d. Memperluas pengetahuan dan pengalaman dari hasil praktek.
- e. Mengembangkan hubungan baik dengan instansi yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Andi.
- Frank Jefkins. 1982. *Introduction to Marketing, Advertising, and Public Relations*. London : Macmillan Press Ltd.
- Gene Reichert. 1972. “Advertising” *A Series of Text Prepared as Part of the Modern Business Program*. New York : Alexander Hamilton Institute.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta : Andi.
- Rhenald Kasali. 1995. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.